



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### KAJIAN KONSEP DAN KERANGKA PIKIR

#### A. Kajian Konsep

Untuk mengetahui strategi Laznas Chevron District-Rumbai dalam mendistribusikan ZIS di kota Pekanbaru, maka terlebih dahulu diuraikan teori-teori yang berkaitan dengan tema penelitian, yaitu :

##### 1. Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa *yunani* yaitu *strategos*, yang berarti jenderal, militer dan gabungan dari kata *stratus* (tentara) dan *ago* (pemimpin).<sup>5</sup> Menurut *Webster's New Dictionary*, strategi adalah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar, menggerakkan pasukan keposisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran yang sebenarnya dengan musuh.<sup>6</sup> Sehingga penggunaan istilah strategi lebih dominan dalam situasi peperangan, sebagai tugas seorang komandan dalam menghadapi musuh, yang bertanggung jawab mengatur cara atau taktik dalam memenangkan peperangan.<sup>7</sup>

Definisi strategi dalam prespektif Islam, dapat dinyatakan sebagai rangkaian proses aktivitas manajemen Islami yang mencakup tahapan formulasi,

<sup>5</sup> Fred R.David, *manajemen strategi, edisi bahasa indonesia*,(Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004), edisi 9. 34

<sup>6</sup>Ibid,

<sup>7</sup>Hadari Nawawi, *Manajemen Strategi, Organisasi Non Profit Bidang Pemerintah*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2003), cet 2. 147



implementasi dan evaluasi keputusan-keputusan strategi organisasi yang memungkinkan pencapaiannya dimasa yang akan datang.<sup>8</sup>

Menurut Prof. Onong Uchayana Effendi, M.A, strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>9</sup>

Menurut George R. Terry istilah strategi mengandung arti sebagai cara paling efektif yang dipilih organisasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>10</sup>

Menurut Griffin strategi adalah rencana yang komprehensif untuk mencapai tujuan organisasi. Strategi yang efektif merupakan strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya dan antara organisasi dengan pencapaian dari tujuan strategisnya. Strategi yang efektif juga merupakan sebuah cara untuk menanggapi peluang dan tantangan bisnis.<sup>11</sup>

Untuk memenuhi persyaratan-persyaratan strategi yang baik, ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi antara lain:

- a. Strategi sebagai keputusan jangka panjang harus mengandung penjelasan singkat tentang masing-masing komponen dari strategi organisasi yang bersangkutan, dalam arti terlihat kejelasan dari ruang

<sup>8</sup> Abdul Aziz, *Strategi Pengelolaan Dana Zakat Secara Produktif Untuk Pemberdayaan Ekonomi Pada BAZNAS Kabupaten Tangerang*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

<sup>9</sup> Onong Uchayana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Cet. Ke-4, 32.

<sup>10</sup> George R. Terry, *Prinsip-prinsip Manajemen* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), 58.

<sup>11</sup> Griffin, *Manajemen, Edisi ke Tujuh Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2004), 226.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lingkup, pemanfaatan sumber dana dan daya, serta keunggulannya, bagaimana menghasilkan keunggulan tersebut dan sinergi antara komponen-komponen tersebut diatas.

- b. Strategi sebagai keputusan jangka panjang yang mendasar sifatnya harus memberikan petunjuk tentang bagaimana strategi akan membawa organisasi lebih cepat dan efektif menuju tercapainya tujuan berbagai sasaran organisasi.
- c. Strategi organisasi dinyatakan dalam pengertian fungsional, dalam arti jelasnya sesuatu kerja sebagai pelaksanaan utama kegiatan melalui pembagian kerja yang jelas sehingga kemungkinan terjadinya tumpang tindih, saling lempar tanggung jawab dan pemborosan dapat dicegah.
- d. Pernyataan strategi itu harus bersifat spesifik dan tepat, bukan merupakan pernyataan-pernyataan yang masih dapat diimplementasikan dengan berbagai jenis interpretasi yang pada selera dan persepsi individual dan pembuat interpretasi.<sup>12</sup>

Dari berbagai pengertian dan definisi mengenai strategi, secara umum dapat didefinisikan bahwa strategi itu adalah suatu seni. Walaupun diadakan suatu analisis peralatan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi strategi, tetapi proses perumusan strategi tetap lebih banyak didominasi oleh pemikiran intuisi, perasaan, persepsi dan pendapat individu.<sup>13</sup>

<sup>12</sup>Sondang Siagian, *Analisis Serta Perumusan Kebijakan dan Strategi Organisasi*, (Jakarta: PT. Gunung Agung, 1986), cet. Ke-2, h. 23

<sup>13</sup>Sukristono, *Perencanaan Strategi Bank*, (Jakarta: PT. Dhasa Warna, 1992), 335.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sangat jelas pengertian strategi di atas, namun perlu dispesifikasikan dan dirumuskan tentang pengertian strategi yang mengarah ke bidang bisnis dan non bisnis, berikut di bawah ini pengertian strategi bisnis dan non bisnis :

- a. Strategi merupakan suatu upaya bagaimana tujuan-tujuan perencanaan dapat dicapai dengan mempergunakan sumber-sumber yang dimiliki oleh suatu lembaga atau perusahaan disamping diusahakan pula untuk mengatasi kesulitan-kesulitan serta tantangan-tantangan yang ada.<sup>14</sup>
- b. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan suatu keunggulan yang kompetitif yang diharapkan.<sup>15</sup>
- c. Strategi merupakan alat untuk mencapai perubahan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tidak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>16</sup>

### 1.1 Tahapan-tahapan dalam Strategi

Dalam proses penerapan strategi menggunakan beberapa tahapan di antaranya :

#### a) Perumusan Strategi

Langkah awal yang perlu di lakukan dalam menyusun strategi yaitu dengan cara merumuskan strategi, atau menyusun langkah

<sup>14</sup> Veitzhal Rivai, MBA, dkk., *Credit Management Hand Book: Teori, Konsep, Prosedur dan Aplikasi Panduan Praktisi Mahasiswa, Bankir&Nasabah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2006) Edisi 1, 150.

<sup>15</sup> Blocher, dkk., *Manajemen Biaya*, terjemahan Dra A. Susty Ambarriani, M.Si., (Jakarta: Salemba Empat, 2000), 3.

<sup>16</sup> Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006) Cet 12, 3.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

awal. Sudah termasuk di dalamnya untuk pengembangan tujuan, mengenai peluang dan ancaman external, menetapkan suatu objektifitas. Menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi untuk di laksanakan. Dalam perumusan strategi juga di tentukan suatu sikap untuk memutuskan, memperluas, menghindari, atau melakukan suatu keputusan dalam proses kegiatan.<sup>17</sup>

## b) Implementasi Strategi

Setelah merumuskan dan memilih strategi yang telah di tetapkan, maka langkah berikutnya adalah melaksanakan strategi yang telah di tetapkan tersebut. Dalam tahap pelaksanaan strategi yang telah di pilih sangat membutuhkan komitmen dan kerja sama dari unit, tingkat dan anggota organisasi.<sup>18</sup>

## c) Evaluasi Strategi

Tahap ini merupakan tahap terakhir dari strategi, ada tiga aktifitas mendasar untuk mengevaluasi strategi :

1. Meninjau faktor-faktor internal dan eksternal yang menjadi dasar strategi yang sekarang.
2. Mengukur prestasi, yakni membandingkan hasil yangdiharapkan dengan kenyataan.
3. Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai rencana.<sup>19</sup>

<sup>17</sup>Fred Dand, *Manajemen Strategi Konsep Pemasaran*, (Jakarta; PT.Prehallindo, 1998), 5-6.

<sup>18</sup>*Ibid.* 5

<sup>19</sup>Fred David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 1998), h. 5-6.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam menerjemahkan dan merealisasikan strategi-strategi, Philip Kotler menjelaskan langkah-langkah strategi usaha adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

a) Mengolah Perbedaan

Strategi ini mencakup perbedaan inovatif dari pesaing. Apa yang pembeli harapkan dari produsen disebut paket jasa primer (*primary service package*), sedangkan penambahan jasa disebut jasa sekunder (*secondary service package*). Jasa sekunder inilah yang disebut perbedaan inovatif. Perbedaan itu dapat berupa perbedaan penawaran, penyampaian maupun citranya, terutama melalui simbol dan merek.

b) Mengolah Kualitas Jasa

Salah satu cara utama mendefinisikan perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing, secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya, membantu pelanggan mendapatkan jasa dengan cepat, sopan dan peduli dalam pelayanan, fasilitas fisik, peralatan dan media yang prima.

c) Mengelola Produktivitas

Langkah-langkah produktivitas adalah ia harus mengelola produktivitas pekerjaannya dengan membuat pegawainya bekerja lebih terampil, meningkatkan kualitas jasa dengan lepas kualitas tertentu, mengindustrikan jasa-jasa, menemukan solusi produk baru, merancang jasa yang lebih efektif, memberikan insentif pada pelanggan untuk menggantikan tenaga perusahaan dengan tenaga mereka sendiri atau

<sup>20</sup> Philip Kothler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 1995), h. 88-89.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan teknologi untuk menghemat waktu dan biaya.

## 1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi

Kesadaran bagi setiap orang baik sebagai individu atau kelompok organisasi, baik organisasi sosial bisnis tentang tujuan yang hendak dicapai akan berbuah suatu usaha untuk mencapai tujuan tersebut, dan usaha-usaha yang mengarah pada pencapaian tujuan disebut strategi.

Suatu strategi harus efektif dan jelas karena ia mengarahkan organisasi kepada tujuannya. Untuk itu para penetap suatu strategi harus memperhatikan faktor-faktor penetapan strategi, di antaranya :

### a. Lingkungan

Lingkungan tak pernah berada pada suatu kondisi dan selalu berubah. Sebagai individu dan masyarakat tidak hanya pada cara berfikir tetapi juga tingkah laku, kebiasaan, kebutuhan dan pandangan hidup.

### b. Lingkungan Organisasi

Lingkungan organisasi yang mencakup segala sumber daya dan kebijakan organisasi yang ada.

### c. Kepemimpinan

Seorang pemimpin adalah orang yang tertinggi dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu setiap pemimpin dalam menilai perkembangan yang ada dalam lingkungan baik eksternal atau internal berbeda.<sup>21</sup> Faktor-faktor yang efektif dan inovatif akan

<sup>21</sup>S.P. Siagian, *Manajemen Modern*, (Jakarta: Masagung, 1994), cet. Ke-2, h.9

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

membawa perusahaan atau lembaga untuk berjalan secara strategis. Hal ini juga diperlukan untuk lembaga zakat. Dengan banyaknya lembaga zakat yang berdiri, akan memerlukan sumber daya yang inovatif dan memerlukan kepemimpinan yang membawa pada keefektifan.

### 1.3 Analisis SWOT

#### a. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan di perusahaan atau lembaga lain. Banyak perusahaan atau lembaga menggunakan jasa lembaga pemindaian orang ketiga untuk memperoleh klipring surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan.<sup>22</sup>

Analisis utama dalam SWOT adalah mengidentifikasi deskripsi mengenai kekuatan (*strenght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threath*). Semua diukur berdasarkan kinerja sebuah perusahaan atau lembaga, termasuk pada visi, misi, dan tujuan dari perusahaan atau lembaga yang telah

<sup>22</sup>Richard L. Daft, *Era Baru Manajemen: Alih Bahasa: Edward Tanujaya Edisi 9*,(Jakarta : Salemba Empat, 2010), h. 253.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ditentukan di awal pembentukan sebuah perusahaan atau lembaga. Pada lembaga zakat juga diperlukan analisis ini, untuk membandingkan kepada lembaga zakat lainnya.

### b. Unsur-Unsur Analisis SWOT

Unsur-unsur analisis SWOT adalah kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Untuk menganalisis secara lebih dalam tentang SWOT, maka perlu dilihat faktor eksternal dan internal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT, yaitu:<sup>23</sup>

#### a. Faktor eksternal (*External Factor Analysis Strategies / EFAS*)

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya *opportunities* and *threats* (O dan T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

#### b. Faktor Internal (*Internal Factor Analysis Strategies / IFAS*)

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strengths* and *weaknesses* (S dan W). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi yang terjadi dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decisionmaking*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan,

<sup>23</sup>Irham Fahmi, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Alfabeta, 2013), h. 260.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (*corporateculture*).

### c. Alat Analisis SWOT

Salah satu alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matrik SWOT. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh sebuah perusahaan atau lembaga dan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya secara internal. Setelah disesuaikan, perusahaan atau lembaga membandingkan SWOT tersebut, baik internal maupun eksternal.

Dalam menciptakan strategi dalam analisis SWOT, suatu perusahaan atau lembaga harus membandingkan dalam analisis SWOT. Perpaduan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Strategi SO (*Strength–Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan atau lembaga, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
2. Strategi ST (*Strenghts–Threats*). Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

<sup>24</sup>Michael E. Porter, *Strategi Bersaing (Competitive Strategy): Alih Bahasa Hendry*, (Tangerang : Kharisma Publishing Group, 2007), h. 259.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Strategi WO (*Weakness–Opportunities*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
4. Strategi WT (*Weakness–Threats*). Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Gambar 1. Matrik SWOT

IFAS          <b>EFAS</b>	STRENGTH (S)  Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kekuatan internal.	WEAKNESS (W)  Tentukan 5 – 10 faktor-faktor kelemahan internal.
OPPORTUNITIES (O)  Tentukan 5 – 10 Faktor Ancaman eksternal	STRATEGI SO  Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan Untuk memanfaatkan peluang.	STRATEGI WO  Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan
THREATS (T)  Tentukan 5 – 10 faktor	STRATEGI ST  Ciptakan strategi yang	STRATEGI WT  Ciptakan strategi yang meminimalkan

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ancaman eksternal.	Menggunakan kekuatan Untuk mengatasi ancaman.	Kelemahan Dan untuk Menghindar i ancaman.
--------------------	--	---

Dalam menciptakan strategi dalam analisis SWOT, suatu perusahaan atau lembaga harus membandingkan dalam analisis SWOT. Perpaduan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut<sup>25</sup>:

- a. Strategi SO (*Strength–Opportunities*). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan atau lembaga, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya.
- b. Strategi ST (*Strenghts–Threats*). Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- c. Strategi WO (*Weakness–Opportunities*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- d. Strategi WT (*Weakness–Threats*). Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

<sup>25</sup>Fredy Rangkuti, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2013), 84.



## 2. Pendistribusian ZIS

### a. Pengertian Pendistribusian

Istilah pendistribusian, berasal dari kata distribusi yang berarti penyaluran atau pembagian kepada beberapa orang atau beberapa tempat.<sup>26</sup> Oleh karena itu, kata ini mengandung makna pemberian harta zakat kepada *mustahiq* zakat secara konsumtif. Sedangkan istilah pendayagunaan berasal dari kata *daya-guna* yang berarti kemampuan yang mendatangkan hasil atau manfaat. Istilah pendayagunaan dalam konteks ini mengandung makna pemberi zakat kepada *mustahiq* secara produktif dengan tujuan agar zakat mendatangkan hasil dan manfaat bagi yang memproduktifkannya. Amil zakat perlu memastikan kondisi dan kelayakan para *mustahiq*, sehingga bisa ditentukan mana *mustahiq* produktif dan mana *mustahiq* konsumtif.<sup>27</sup>

Kebijakan distribusi yang diajarkan Islam sangat berkaitan dengan harta agar tidak menumpuk pada golongan tertentu di masyarakat. Serta mendorong terciptanya keadilan distribusi.<sup>28</sup> Sehingga pada konsep distribusi landasan penting yang dijadikan pegangan yakni agar kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja.<sup>29</sup>

Zakat yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengelola zakat hendaknya segera didistribusikan kepada *mustahiq* sesuai dengan skala prioritas yang telah

<sup>26</sup>Alex MA., *Kamus Ilmiah Populer Kontemporer*, (Surabaya: Karya Harapan, 2005), 128.

<sup>27</sup>Anis Khoirun Nisa, *Manajemen Pengumpulan Dan Pendistribusian Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shadaqah Masjid Agung (LAZISMA) Jawa Tengah*, (Semarang: UIN Walisongo, 2016), 40.

<sup>28</sup>Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi Indonesia*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 88.

<sup>29</sup>*Ibid*, 87.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disusun dalam program kerja. Dari hasil pengumpulan zakat didayagunakan untuk para *mustahiq*. Pendayagunaan ini dilakukan sesuai persyaratan sebagai berikut:

- 1) Dari hasil pendapatan dan penelitian kebenaran *mustahiq* di delapan asnaf yakni fakir, miskin, amil, muallaf, riqab, gharim, fisabilillah dan ibnu sabil.
- 2) Mendahulukan orang-orang yang sangat tidak berdaya dalam memenuhi kehidupan dasar hidupnya dan sangat membutuhkan bantuan.
- 3) Mendahulukan *mustahiq* di wilayahnya masing-masing.

#### b. Model-model pendistribusian

Secara garis besar model-model pendistribusian zakat ada empat, yaitu:<sup>30</sup>

- 1) Model distribusi bersifat konsumtif tradisional

Yaitu, zakat dibagikan kepada *mustahiq* untuk dimanfaatkan secara langsung seperti zakat fitrah yang dibagikan pada fakir miskin untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari atau zakat maal yang di berikan kepada korban bencana alam.

- 2) Model distribusi bersifat konsumtif kreatif

Zakat diwujudkan dalam bentuk lain dari barangnya semula, seperti dalam bentuk alat-alat sekolah, atau beasiswa.

<sup>30</sup>Anis Khoirun Nisa, *Manajemen Pengumpulan Dan Pendistribusian Dana Zakat, Infaq Dan Shadaqah Di Lembaga Amil Zakat, Infaq Dan Shadaqah Masjid Agung (LAZISMA) Jawa Tengah*, (Semarang: UIN Walisongo, 2016), 43.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 3) Model distribusi bersifat produktif tradisional

Zakat yang diberikan dalam bentuk barang-barang yang produktif seperti kambing, sapi, alat cukur dan lain sebagainya. Pemberian dalam bentuk ini akan menciptakan suatu usaha yang membuka lapangan pekerjaan bagi para fakir miskin.

## 4) Model distribusi dalam bentuk produktif kreatif

Zakat diwujudkan dalam bentuk permodalan baik untuk pembangunan proyek sosial atau menambah modal usaha para *mustahiq*.<sup>31</sup> Dalam memaksimalkan fungsi zakat, pola pendistribusian tidak hanya terbatas pada yang bersifat konsumtif saja, akan tetapi harus lebih bersifat produktif.

Pendistribusian zakat dalam bentuk yang ketiga dan keempat ini perlu dikembangkan karena pendistribusian zakat yang demikian dapat membantu masyarakat untuk hidup lebih mandiri. Pola pendistribusian diatas bisa juga diterapkan untuk infak dan sedekah

### 3. Pengertian Zakat

Secara etimologi (bahasa), zakat berasal dari kata “*Zakā*” yang berarti suci, baik, bersih, berkah, tumbuh dan berkembang.<sup>32</sup> Dipahami demikian sebab zakat merupakan upaya mensucikan diri dari kotoran kikir dan dosa, serta

<sup>31</sup>Undang-undang Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 1999 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal V (*Pendayagunaan Zakat*)Pasal 16.

<sup>32</sup>Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, dan Shadaqah*, (Jakarta Gema Insani, 1998), 13.



menyuburkan pahala melalui pengeluaran sedikit dari nilai harta pribadi untuk kaum yang memerlukan.<sup>33</sup>

Sedangkan secara terminologi, zakat adalah nama bagi sejumlah harta tertentu yang telah mencapai syarat tertentu yang diwajibkan Allah Swt untuk dikeluarkan dan diberikan kepada yang berhak menerimanya dengan syarat tertentu pula.<sup>34</sup> Jumlah yang dikeluarkan dari kekayaan itu disebut zakat karena yang dikeluarkan itu menambah banyak, membuat lebih berarti dan melindungi kekayaan itu dari kebinasaan.<sup>35</sup>

Hubungan antara pengertian zakat menurut bahasa dan istilah sangat nyata dan erat sekali. Bahwa harta yang dikeluarkan zakatnya akan menjadi berkah, tumbuh, berkembang dan bertambah serta bersih.

#### 4. Pengertian Infak

Infak berasal dari kata “*nafaqa*” yang berarti menafkahkan atau membelanjakan.<sup>36</sup> Sedangkan menurut terminologi syariat, infak berarti mengeluarkan sebagian harta atau pendapatan/penghasilan untuk suatu kepentingan yang diperintahkan ajaran Islam.<sup>37</sup> Jika zakat ada nishabnya, infak tidak mengenal nishab. Infak dikeluarkan setiap orang yang beriman, baik yang berpenghasilan tinggi maupun rendah.

<sup>33</sup>Amiruddin Inoed, dkk. *Anatomi Fiqh Zakat : Potret & Pemahaman Badan Amil Zakat Sumatera Selatan*. (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2005), 8.

<sup>34</sup>Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, dan Shadaqah*, (Jakarta : Gema Insani, 1998), 13.

<sup>35</sup>Yusuf Qardhawi, *Hukum Zakat*, alih bahasa: Didin Hafidhuddin dan Hasanuddin, (Jakarta : Pustaka Litera Antar Nusa, 1993), 19.

<sup>36</sup>Mursyid, *Mekanisme Pengumpulan Zakat, Infaq dan Shadaqah (Menurut Hukum Syara' dan Undang-Undang)*, (Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2006), 5.

<sup>37</sup>Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, dan Shadaqah*, (Jakarta : Gema Insani, 1998), 14.





Jika zakat harus diberikan kepada *mustahiq* tertentu (8 *ashnaf*) maka infak boleh diberikan kepada siapapun juga, misalnya untuk kedua orang tua, anak yatim, dan sebagainya.<sup>38</sup>

## 5. Pengertian Sedekah

Sedekah berasal dari kata "*shadaqa*" yang berarti benar. Orang yang suka bersedekah adalah orang yang benar pengakuan imannya. Menurut terminologi syariat, pengertian sedekah sama dengan pengertian infak, termasuk juga hukum dan ketentuan-ketentuannya. Haya saja, jika infak berkaitan dengan materi, sedekah memiliki arti lebih luas, menyangkut hal yang bersifat non materil.<sup>39</sup>

Dalam Hadits Riwayat Imam Muslim dari Abu Dzar, Rasulullah menyatakan bahwa jika tidak mampu bersedekah dengan harta maka dengan membaca tasbih, membaca takbir, tahmid, tahlil, berhubungan suami istri dan melakukan kegiatan *amar ma'ruf nahi munkar* adalah sedekah.<sup>40</sup>

Seringkali kata-kata sedekah dipergunakan dalam Al-Qur'an, tetapi maksud sesungguhnya adalah zakat, firman Allah Swt dalam Al-Qur'an surat At-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمَوْلَاةِ قُلُوبِهِمْ  
 وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ  
 وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang*

<sup>38</sup>Didin Hafidhuddin, *Agar Harta Berkah*, 15

<sup>39</sup>Didin Hafidhuddin, *Panduan Praktis tentang Zakat, Infaq, dan Shadaqah*, (Jakarta : Gema Insani, 1998), 15.

<sup>40</sup>*Ibid*, 15



*berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.*<sup>41</sup>(Q.S At-Taubah: 60)

Jika seseorang sudah berzakat tetapi masih memiliki kelebihan harta, sangat dianjurkan sekali untuk berinfak atau bersedekah. Berinfak adalah ciri utama orang yang bertaqwa, ciri mukmin yang mengharapkan keuntungan abadi.

## **6. Pendistribusian Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS)**

Dari pengertian distribusi, zakat, infak dan sedekah di atas, yang dimaksud dengan pendistribusian ZIS adalah kegiatan mempermudah dan memperlancar pembagian dan pengiriman dari *muzakki* kepada *mustahik*, sehingga dana yang didapat tersalurkan dengan sesuai dan tepat sasaran. Dalam Undang-Undang No.23 Tahun 2011 menjelaskan bahwa pendistribusian zakat dilakukan berdasarkan skala prioritas dengan memperhatikan prinsip pemerataan, keadilan, dan kewilayahan.<sup>42</sup> Bentuk inovasi distribusi dikategorikan dalam empat bentuk berikut<sup>43</sup>:

- a. Distribusi bersifat konsumtif tradisional, dibagikan kepada *mustahiq* untuk dimanfaatkan secara langsung, seperti zakat fitrah atau zakat mal yang dibagikan kepada para korban bencana alam.
- b. Distribusi bersifat konsumtif kreatif, diwujudkan dalam bentuk lain dari barangnya semula seperti diberikan dalam bentuk alat-alat sekolah atau beasiswa.

<sup>41</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Syaamil Cipta Media, 2009), 196.

<sup>42</sup> Undang-Undang No.23 Tahun 2011 Tentang Pengelolaan Zakat, Pasal 26.

<sup>43</sup> M. Arif Mufriani, *Akutansi dan Manajemen Zakat*(Jakarta: Kencana 2006), 146-148.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Distribusi bersifat produktif tradisional, diberikan dalam bentuk barang-barang yang produktif seperti kambing, sapi, dan lainnya. Pemberian dalam bentuk ini akan menciptakan suatu usaha yang membuka lapangan kerja bagi fakir miskin.
- d. Distribusi dalam bentuk produktif kreatif, diwujudkan dalam bentuk permodalan baik untuk membangun proyek sosial atau menambah modal pedagang pengusaha kecil.

Pendistribusian zakat dalam bentuk yang ketiga dan keempat ini perlu dikembangkan karena pendistribusian zakat termasuk infak dan sedekah yang demikian membantu masyarakat untuk hidup lebih mandiri. Pola pendistribusian zakat di atas juga dapat digunakan untuk pola pendistribusian infak dan sedekah.

Pendistribusian zakat telah tercantum dengan jelas dalam QS. At-Taubah ayat 60:

إِنَّمَا الصَّدَقَتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَمِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبِهِمْ وَفِي الرِّقَابِ  
وَالْغَرَمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ

*Sesungguhnya zakat-zakat itu, hanyalah untuk orang-orang fakir, orang-orang miskin, pengurus-pengurus zakat, Para mu'allaf yang dibujuk hatinya, untuk (memerdekakan) budak, orang-orang yang berhutang, untuk jalan Allah dan untuk mereka yuang sedang dalam perjalanan, sebagai suatu ketetapan yang diwajibkan Allah, dan Allah Maha mengetahui lagi Maha Bijaksana.<sup>44</sup> (Q.S. At-Taubah : 60).*

<sup>44</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: PT Syaamil Cipta Media, 2009), 196.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ayat tersebut menjelaskan tentang pendistribusian zakat yang diberikan kepada delapan golongan atau asnaf yaitu fakir, miskin, *amil*, *muallaf*, untuk memerdekakan budak (*riqab*), orang yang berhutang (*gharim*), orang yang berjuang di jalan Allah (*fisabilillah*), orang yang dalam perjalanan (*ibnusabil*).

Bentuk pendistribusian kepada delapan *asnaf* yaitu sebagai berikut<sup>45</sup>:

- a. Bagi fakir dan miskin, Jika memiliki potensi usaha maka dana zakat dapat diberikan untuk:
  - a) Pinjaman modal usaha agar usaha yang ada dapat berkembang.
  - b) Membangun sarana pertanian dan perindustrian untuk mereka yang tidak mendapatkan pekerjaan.
  - c) Membangun sarana–sarana pendidikan dan pelatihan untuk mendidik mereka agar terampil dan terentas dari kemiskinan.
- b. Zakat untuk *amil* dialokasikan untuk:
  - a) Menutupi biaya administrasi dan memberikan gaji bagi *amil* yang telah mendarmakan hidupnya untuk kepentingan umat.
  - b) Mengembangkan lembaga–lembaga zakat dan melatih *amil* agar lebih professional.
- c. Untuk golongan *muallaf*, zakat dapat diberikan pada beberapa kriteria:
  - a) Membantu kehidupan *muallaf* karena kemungkinan mereka mengalami kesulitan ekonomi karena berpindah agama.

<sup>45</sup> M. Arif Mufriani, *Akutansi dan Manajemen Zakat*(Jakarta: Kencana 2006), 176 – 205.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b) Menyediakan sarana dan dana untuk membantu orang-orang yang terjebak pada tindakan kejahatan, asusila, dan obat-obatan terlarang.
- c) Membantu terciptanya sarana rehabilitasi kemanusiaan lainnya.
- d. Dana zakat bagi golongan *riqab* (budak) saat ini dapat dialokasikan untuk:
  - a) Membebaskan masyarakat muslim yang tertindas sehingga sulit untuk mengembangkan diri terutama di daerah minoritas dan konflik.
  - b) Membantu membebaskan buruh-buruh dari majikan yang zalim, dalam hal ini membantu dalam biaya maupun mendirikan lembaga advokasi para tenaga kerja wanita (TKW) atau tenaga kerja Indonesia (TKI) yang menjadi korban kekerasan.
  - c) Membantu membebaskan mereka yang menjadi korban trafiking sehingga menjadi pekerja seks komersil (PSK), dan pekerja di bawah umur yang terikat kontrak dengan majikan.
- e. Dana zakat untuk golongan *gharimin* (orang-orang yang berutang) dapat dialokasikan untuk:
  - a) Membebaskan utang orang yang terlilit hutang oleh rentenir.
  - b) Membebaskan para pedagang dari utang modal pada bank keliling di pasar-pasar tradisional yang bunganya mencekik.
- f. Pada golongan *fisabilillah*, dana zakat dapat dialokasikan untuk:

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Membantu pembiayaan dalam meningkatkan sumberdaya manusia.
- b) Membantu para guru agama atau umum yang ada di daerah–daerah terpencil dengan penghasilan yang minus.
- c) Membantu pembiayaan pemerintah dalam mempertahankan kedaulatan negara dari gangguan asing.
- g. Zakat untuk golongan *ibnu sabil* dapat dialokasikan untuk:
  - a) Membantu para pelajar atau mahasiswa yang tidak mampu untuk membiayai pendidikannya terutama pada kondisi dewasa ini, di mana pendidikan menjadi mahal dan cenderung kearah komersial.
  - b) Menyediakan bantuan bagi korban bencana alam dan bencana lainnnya.
  - c) Menyediakan dana bagi *musafir* yang kehabisan bekal, ini sering terjadi ketika mereka terkena musibah di perjalanan seperti kehilangan bekal, penipuan, dan lainnnya.

Sedangkan pendistribusian untuk Infak dan Sedekah tidak terbatas 8 *asnaf* saja tetapi lebih luas, yaitu siapa saja yang kekurangan dan membutuhkan pertolongan, diutamakan adalah orang–orang di sekitar. Tetapi bentuk pendistribusian Infak dan sedekah hampir sama. Pendistribusian ZIS yang efektif dan tepat oleh pengelola yang profesional, akan memberikan manfaat yang maksimal dan dapat dirasakan masyarakat.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 7. Strategi Pendistribusian ZIS Pada Lembaga Zakat

Pengelolaan zakat oleh lembaga pengelola zakat, apalagi yang memiliki kekuatan hukum formal akan memiliki beberapa keuntungan, antara lain<sup>46</sup>:

- a. Untuk menjamin kepastian dan disiplin pembayar zakat.
- b. Untuk menjaga perasaan rendah diri para *mustahik* zakat apabila berhadapan langsung untuk menerima zakat dari para *muzakki*.
- c. Untuk mencapai efisien dan efektifitas, serta sasaran yang tepat dalam penggunaan harta zakat menurut skala prioritas yang ada pada suatu tempat.
- d. Untuk memperlihatkan syiar Islam dalam semangat penyelenggaraan pemerintahan yang Islami. Jika zakat diserahkan langsung dari *muzakki* kepada *mustahiq*, meskipun secara hukum syari'at adalah sah, akan tetapi disamping akan terabaikannya hal-hal tersebut di atas, juga hikmah dan fungsi zakat, terutama yang berkaitan dengan kesejahteraan umat akan sulit diwujudkan.

Yusuf Qaradhawi dalam bukunya, menyatakan bahwa seseorang yang ditunjuk sebagai amil zakat harus memiliki beberapa persyaratan sebagai berikut<sup>47</sup>:

- a. Beragama Islam.
- b. *Mukallaf*, yaitu orang dewasa yang sehat akan pikirannya yang siap menerima tanggung jawab mengurus urusan umat.

<sup>46</sup>Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta : Gema Insani, 2012), h. 126.

<sup>47</sup>Yusuf Qaradhawi, *Hukum Zakat: Alih Bahasa Salman Harun dkk Cetakan 7*, (Bogor: Pustaka Lentera Antar Nusa, 2004), h. 551 – 552  
Yusuf Qaradhawi, *Hukum Zakat: Alih Bahasa Salman Harun dkk Cetakan 7*, (Bogor: Pustaka Lentera Antar Nusa, 2004), h. 551 – 552.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Memiliki sifat amanah dan jujur.
- d. Mengerti dan memahami hukum-hukum zakat dan mampu melakukan sosialisasi berkaitan dengan zakat kepada umat.
- e. Memiliki kemampuan untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya.

Menurut Didin Hafidhuddin, amil zakat yang baik adalah amil zakat yang *full time* dalam melaksanakan tugasnya, tidak asal-asalan dan tidak pula sambilan. Di Indonesia, berdasarkan keputusan Menteri Agama RI No. 581 tahun 1999, dikemukakan bahwa lembaga zakat harus memiliki persyaratan teknis, antara lain<sup>48</sup>:

- a. Berbadan hukum.
- b. Memiliki data *muzakki* dan *mustahiq*.
- c. Memiliki program kerja yang jelas.
- d. Memiliki pembukuan yang baik.
- e. Melampirkan surat pernyataan bersedia diaudit.

Dalam peraturan tersebut, lembaga zakat melakukan strategi dalam menentukan arah pengelolaan zakat ke depannya. Untuk itu diperlukan ketetapan hukum yang jelas, berdiri sebagai lembaga hukum dan terorganisir dengan melakukan kegiatan pembukuan secara rutin.

<sup>48</sup>Didin Hafidhuddin, *Zakat dalam Perekonomian Modern*, (Jakarta : Gema Insani, 2012), h.129 – 130.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## B. Kajian Terdahulu

Untuk membandingkan dengan penelitian lain dan sekaligus untuk melihat posisi penelitian ini, maka perlu dilihat penelitian-penelitian lain yang pernah dilakukan. Adapun penelitian yang hampir mirip dan sama dengan penelitian ini adalah penelitian yang berjudul “Strategi Penyaluran Zakat Dompot Dhuafa Republika Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kaum Dhuafa” yang diteliti oleh mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta yang bernama Siti Syuraidah. Dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa, Strategi Penyaluran Zakat yang dilakukan LAZ Dompot Dhuafa Republika dapat meningkatkan pendapatan Usaha Mikro Menengah untuk kaum Dhuafa.<sup>49</sup>

Meskipun tema yang dikaji penulis dengan tema yang dikaji pada penelitian terdahulu sama dalam menggunakan strategi untuk menyalurkan, namun objek kajiannya berbeda. Pada penelitian terdahulu yang menjadi objek penelitian adalah upaya peningkatan usaha mikro menengah, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi kajian objek penelitian adalah strategi mendistribusikan zakat, infak, dan sedekahnya.

Subjek penelitiannya juga berbeda, pada penelitian terdahulu subjek penelitiannya adalah Dompot Dhuafa Republika (DDR) Pusat. Sedangkan pada penelitian ini yang menjadi subjek penelitiannya adalah Laznas Chevron District-Rumbai.

<sup>49</sup> Siti Syuraidah, *Strategi Penyaluran Zakat Dompot Dhuafa Republika Dalam Meningkatkan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kaum Dhuafa*, (Jakarta: Uin Syarif Hidayatullah, 2011)



### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir dapat berupa kerangka teori dan dapat pula berupa kerangka penalaran logis. Kerangka pikir merupakan uraian ringkas tentang teori yang digunakan dan cara menggunakan teori tersebut dalam menjawab pertanyaan penelitian.<sup>50</sup> Kerangka pikir itu bersifat operasional yang diturunkan dari satu atau beberapa teori atau dari beberapa pernyataan-pernyataan logis. Didalam kerangka pikir inilah akan didudukkan masalah penelitian yang yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan dan mampu mengungkap, menerangkan serta menunjukkan perspektif terhadap atau dengan masalah penelitian. Ada dua bagian umum dalam berfikir yang selalu digunakan baik dalam berfikir sehari-hari maupun berfikir dalam sebuah penelitian ilmiah, yaitu: *Pertama, Deduksi*, proses berfikir yang menggunakan premis-premis umum bergerak menuju premis khusus. Dari umum ke khusus. *Kedua, Induksi*, proses berfikir yang menggunakan premis-premis khusus bergerak menuju premis umum. Dari khusus ke umum.<sup>51</sup>

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan. Strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya memberi arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.<sup>52</sup>

Zakat, Infak dan Sedekah (ZIS) pada dasarnya merupakan konsep Islam dalam meningkatkan kesejahteraan sosial yang merata melalui pendistribusian harta dari *muzakki* kepada *mustahiq*. Pendistribusian ZIS tersebut bisa dilakukan

<sup>50</sup>Cik Hasan Bisri, *Penuntun Penyusunan Rencana Penelitian dan Penulisan Skripsi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001), 43.

<sup>51</sup>Bagong Suyanto dan Satinah, *Metode Penelitian Sosial* (Jakarta: Kencana, 2010), 39.

<sup>52</sup>Onong Uchyana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandun: PT. Remaja Rosdakarya, 1992), Cet. Ke-4, h. 32.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

secara langsung maupun melalui perantara. Lembaga zakat merupakan perantara yang mempertemukan *muzakki* serta mustahik dalam mendistribusikan harta sesuai dengan syariat agama.

Fungsi dan tugas organisasi zakat adalah mengelola zakat. Mengingat itu kebanyakan organisasi zakat langsung terjun ke masyarakat untuk bersosialisasi. Cara seperti ini mengabaikan satu hal penting, yaitu tersisihnya perencanaan di tubuh internal organisasi zakat yaitu rancang bangun organisasi. Mereka tak sadar bahwa rancang bangun sosok organisasi zakat merupakan induk kegiatan pengelolaan zakat.<sup>53</sup>

<sup>53</sup>Eri Sudewo, *Manajemen Zakat Tinggalkan 15 Tradisi Terapkan 4 Prinsip Dasar*, (Ciputat: IMZ, 2004), Cet 1, h. 100.

Adapun kerangka pikir dapat digambarkan sebagai berikut:

### Kerangka Pikir

Gambar I.II

